

**Підставська Т. В.**, студентка  
факультету менеджменту  
Наук. кер. – **Островський І. А.**, канд. екон. наук, доц.,  
*Харківський національний університет міського господарства  
імені О. М. Бекетова, Україна*

## **МІЖНАРОДНІ СТРАТЕГІЧНІ ТУРИСТСЬКІ АЛЬЯНСИ ЯК ІНСТИТУТИ РОЗВИТКУ МІСТ**

Сучасні міста є центрами формування міжнародних стратегічних альянсів, тобто транснаціональних корпорацій, які відіграють важливу роль у формуванні та розвитку світового ринку туризму. Відкриваючи філії за кордоном, вони інтегруються в економіку приймаючих країн, а самі країни вписуються в інтернаціонально організовані цими корпораціями ланцюги виробництва та збуту туристичних продуктів, іншими словами, в тканину світового туристичного ринку. Діяльність туристських ТНК підсилює взаємозв'язок і взаємозалежність внутрішніх і зовнішніх туристичних ринків окремих країн, які розглядаються як сегменти єдиного глобального ринку туризму.

В економічній літературі транснаціональні корпорації поділяються на три групи: однонаціональні ТНК, багатонаціональні корпорації та міжнародні корпоративні союзи. Кожна з цих груп представлена в світовій індустрії туризму.

До першої групи належать ТНК з однонаціональним акціонерним капіталом і характером контролю над діяльністю всієї компанії. Ці ТНК здійснюють ділову активність в інших країнах через мережу філій і дочірніх компаній, самостійно виробляють та збувають продукцію. В індустрії туризму такі ТНК одержали широке поширення. Головним чином це підприємства, які базуються на системах франчайзингу, де франчайзі купує можливість використовувати бренд франчайзера, основний бізнес якого зосереджений у Північній Америці та Західній Європі. В Україні ці підприємства мають різний бізнес: від готелів до підприємств швидкого харчування, а також деяких турагенцій, наприклад, TUI Ukraine.

Другу групу міжнародних корпорацій утворюють багатонаціональні ТНК. Ці фірми є міжнародними не тільки за ареалом їх діяльності, але і за контролем над ними. Вони об'єднують компанії різної національної належності (двох і більше країн) на виробничій і науково-технічній основі. Багатонаціональні ТНК не здійснюють настільки сильний вплив, як однонаціональні, ймовірно, тому, що в цьому випадку жодна зі сторін не домінує у виробництві. Прикладом багатонаціональних корпорацій в індустрії туризму є, наприклад, туроператор «Анекс-Тур», який має офіси у 5 країнах світу.

Третя група міжнародних корпорацій включає міжнародні корпоративні союзи, які найчастіше постають у вигляді консорціумів (від

лат. Consortium співучасть, сотовариство). Це організаційна форма тимчасового об'єднання підприємств, організацій, установ для здійснення капіталомісткого проекту або для спільного розміщення позики. Обов'язки членів консорціуму, частка кожного з них у витратах та в очікуваному прибутку, а також форми участі в реалізації проекту визначаються угодою про консорціум. Консорціум несе солідарну відповідальність перед своїми замовниками. По досягненні поставленої мети консорціум припиняє свою діяльність або перетворюється в інший вид договірної об'єднання

Найбільш динамічно формування ТНК проходить в таких галузях – постачальниках виробництва турпродуктів, як авіатранспорт, готельний та ресторанний бізнес. Але і в сфері надання туристичних послуг, де традиційно переважали за кількістю середні та дрібні фірми-туроператори та турагенції, нині виділяються такі гіганти, як TUI, Anex Tour, Pegas Turistik, Coral Trevel. Вони все активніше співпрацюють з українськими турфірмами, виходять на український туристський ринок. Тому знання сучасних особливостей формування та діяльності ТНК у туризмі в Україні є актуальними та необхідними як студентам вищої туристської освіти, так і практикам індустрії туризму України.

**Прокопенко<sup>1</sup> В. В.**, канд. техн.наук,  
**Косицына<sup>2</sup> Э. С.**, канд. техн. наук, проф.,

<sup>1</sup>*Волжский институт строительства и технологий (ВИСТех) –  
филиал ВолгГАСУ*

<sup>2</sup>*Волгоградский государственный архитектурно-строительный  
университет, Россия*

## **К ВОПРОСУ О ПОКАЗАТЕЛЕ ОЦЕНКИ СРЕДОЗАЩИТНЫХ И СРЕДОФОРМИРУЮЩИХ ФУНКЦИЙ ОБЪЕКТОВ ОЗЕЛЕНЕНИЯ ОБЩЕГО ПОЛЬЗОВАНИЯ**

В настоящее время в крупных и крупнейших городах складывается достаточно сложный и противоречивый образ города. Следствием повышения рыночной стоимости на городскую землю является уплотнение застройки за счет озелененной территории города, что приводит к изменению воздушного баланса в городской среде. Соотношение открытых озелененных территорий и застроенных пространств является одним из наиболее сложных вопросов для современного градостроительства.

При анализе взаимодействия антропогенной и естественной природной среды, необходимо отметить важную роль искусственно созданных озелененных объектов города, которые являются одним из мощным средством оздоровления урбанизированной территории. В городской среде необходимо создать активный процесс развития ландшафтно-рекреационных территорий, что возможно достичь путем повышение качества и увеличение